

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor peternakan memiliki beberapa sub sektor dan salah satunya adalah sub sektor perunggasan. Sub sektor perunggasan termasuk sub sektor yang penting dalam peternakan, kebutuhan konsumsi protein hewani masyarakat Indonesia sebagian besar berasal dari unggas. Selain itu, sektor perunggasan juga mampu menumbuhkan ekonomi pedesaan, sebagian besar peternakan berada di Desa. Efek ganda dari sektor peternakan unggas ini yang sangat besar dalam sektor pertanian, hampir seluruh bahan baku pakan terdiri dari hasil pertanian seperti jagung, dedak, bungkil kelapa sawit/kopra, tepung galek, dan lain-lain. Sektor perunggasan dapat diprioritaskan untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat dan juga mengurangi pengangguran, salah satu sektor perunggasan yang harus di prioritaskan yaitu ayam buras.

Ayam Buras (bukan ras) merupakan ayam lokal asli Indonesia yang cukup berpotensi untuk dikembangkan. Ayam buras perlu dijaga kelestariannya guna menjaga kemurnian dari ayam khas Indonesia sebagai ternak yang dilindungi. Selain menjaga kelestariannya, potensi ayam buras juga perlu dikembangkan karena memberikan sumbangan terhadap peningkatan pendapatan, lapangan pekerjaan, pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat dan penopang sektor industri (Y. Rahmawati dkk, 2014). Menurut Nurcahyono dan Widyastuti (2003), Ayam buras mempunyai banyak kelebihan atau keunggulan dibandingkan dengan ayam ras. Ayam buras umumnya mempunyai ketahanan tubuh yang lebih kuat terhadap penyakit dibandingkan dengan ayam broiler, penggunaan obat-obat kimia untuk ayam buras relatif lebih sedikit dibandingkan dengan ayam broiler, karena pada umumnya ayam buras menggunakan pakan tradisional, ayam buras memiliki kandungan lemak yang rendah dan protein yang tinggi dibandingkan ayam broiler.

Tabel 1. Kandungan Zat Gizi Ayam per 100 gram

Jenis	Energi (kkal)	Protein (gr)	Lemak (gr)
Ayam buras	246,0	37,9	9,0
Ayam broiler	295,0	37,0	14,7

Sumber: Data Komposisi Bahan Makanan (DKBM) dalam Cahyono (2002)

Tabel 1. menunjukkan daging ayam buras lebih banyak memiliki kandungan protein yaitu 37.9 gr dibandingkan ayam broiler yaitu sebesar 37,0 gr dan memiliki kandungan lemak yang lebih rendah yaitu 9,0 gr dibandingkan ayam broiler yaitu 14.7 gr. Ayam buras juga lebih sehat dibandingkan ayam broiler karena ayam buras mempunyai kadar kolesterol yang lebih rendah, sehingga orang yang mengkonsumsi daging ayam buras tidak menyebabkan gemuk. Jika dilihat dari kelebihan-kelebihan yang dimiliki ayam buras, ayam buras memiliki peluang usaha cukup besar, karena masyarakat lebih menyukai telur maupun daging ayam buras dibandingkan ayam broiler (Nurchayono dan Widyastuti (2003).

Provinsi Jawa Barat menempati peringkat ketiga dari jumlah populasi ayam buras nasional yaitu sebanyak 28.198.592 ekor atau hanya 9,88 persen dari populasi nasional yang artinya ayam buras masih perlu di kembangkan untuk membuka peluang pasar semakin besar (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2016). Berdasarkan data yang diperoleh dari Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan (2017) perkembangan produksi daging ayam buras di Jawa Barat pada dasarnya mengalami fluktuasi dan tidak ada peningkatan yang menentu. Data produksi daging ayam buras pada tahun 2015 yaitu sebanyak 27.504.336 ekor, 2016 turun menjadi 25.842.311 ekor dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 26.434.968 ekor. Rendahnya produksi daging menggambarkan jumlah populasi ayam buras yang sedikit di Jawa Barat, sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai suatu peluang besar bagi peternak untuk mengembangkan usaha peternakan ayam buras.

Ciamis adalah salah satu daerah sentra peternakan ayam buras di Jawa Barat. Peternakan ayam buras yang cukup banyak dikembangkan adalah jenis Ayam Sentul. Ayam Sentul merupakan salah satu sumber daya genetik yang telah diakui sebagai plasma nutfah Kabupaten Ciamis melalui SK Menteri Pertanian RI No. 689/Kpts.PD410/2/2013 tentang Penetapan Rumpun Ayam Sentul Sebagai Ayam Rumpun Lokal Indonesia Asal Ciamis (Agus, 2017). Keunggulan ayam sentul yaitu, ayam sentul merupakan ayam tipe dwiguna (pedaging dan petelur), lebih tahan terhadap penyakit ND, pertumbuhannya relatif cepat, produksi telur

yang tinggi, bobotnya lebih unggul dibanding ayam lokal lainnya, rasa dagingnya yang lebih gurih dan dengan warna bulunya yang khas bukan mustahil dapat dijadikan ayam hias. Potensi tersebut menjadikan ayam Sentul dapat digunakan sebagai komoditas industri kerakyatan ayam lokal. Pemerintah saat ini sudah memberikan perhatian serius untuk mengembangkan ayam Sentul. Pengembangan ayam sentul penting dilakukan selain untuk menjaga ayam sentul dari kepunahan, juga untuk menggali potensi genetik yang ada dalam ternak tersebut, demi memaksimalkan pemanfaatannya.

Hasil produksi ayam sentul cukup baik, dalam setahun ayam sentul mampu menghasilkan lebih dari 100 butir telur, lebih tinggi dibandingkan dengan ayam kampung (70 butir/tahun), pertumbuhannya juga baik, pada umur 10 minggu bisa mencapai bobot sekitar satu kilogram, 100-200 gr lebih besar dibandingkan dengan ayam kampung. Bobot betina ayam sentul berkisar 1,2-1,3 kg untuk bobot jantan mencapai 1,5-2 kg. Kemudian bobot telur yang dihasilkan yaitu 38,3 gr. Ayam sentul memiliki karakteristik fenotipe yang khas yaitu warna bulunya yang didominasi oleh warna abu-abu. Pada bagian dada, bulu tersusun secara rapih seperti sisik naga, dengan warna sisik kaki berwarna kelabu, putih dan kuning. (Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Ciamis, 2016).

Tabel 2. dibawah menunjukkan Kabupaten Ciamis mempunyai 13 Kelompok Peternak Ayam Sentul, salahsatunya Kelompok Tani Gemah Ripah yang ada di Desa Sukajadi Kecamatan Sadananya memiliki jumlah populasi terbanyak dibandingkan dengan Kelompok Tani Ayam Sentul yang ada di Kecamatan lainnya. Menurut Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Ciamis (2017), peternak Ayam Sentul tersebar di beberapa Kecamatan diantaranya Kecamatan Ciamis, Sadananya, Cisaga, Baregbeg, Kawali, Cijeungjing, Pamarican, Rancah, Cidolog dan Panumbangan. Kecamatan Sadananya salah satu penghasil Ayam Sentul dan memiliki potensi lebih untuk dikembangkan menjadi sentra peternakan Ayam Sentul dibandingkan kecamatan lainnya, berikut merupakan data Kelompok Peternak Ayam Sentul di Kabupaten Ciamis 2017.

Tabel 2. Data Kelompok Peternak Ayam Sentul di Kabupaten Ciamis Tahun 2017

No	Nama kelompok	Jumlah Anggota	Jumlah Kandang (Unit)	Kapasitas kandang (Ekor)
1	Gemah Ripah	6	5	3.000
2	Taruna Guna Bakti	10	2	1.000
3	Karomah	10	1	1.000
4	Ar Rapah	5	1	500
5	Kuntum Mekar	15	1	1.000
6	Karangkamulyan	13	1	1.000
7	Balai Perbibitan Ayam	6	2	2.000
8	Anugerah	5	1	1.000
9	Hariwung	5	4	2.000
10	Pohaci Mukti	10	1	1.500
11	Mekar Tani	10	1	1.500
12	Sirnajati II	10	3	1.500
13	Sangkan Hurip	10	3	1.500

Sumber: Dinas Peternakan Dan Perikanan Kabupaten Ciamis 2017.

Populasi ayam sentul saat ini sekitar 45.500 ekor dan cenderung menurun karena adanya peningkatan permintaan daging (Dinas Peternakan Dan Perikanan Kabupaten Ciamis, 2017), menandakan ayam sentul merupakan komoditas yang perlu dikembangkan dan memiliki peluang usaha yang besar. Pengembangan ternak ayam sentul sebagai produk pangan komplemen dalam penyediaan daging unggas dewasa ini memiliki prospek yang cukup baik, salah satu indikasinya adalah kecenderungan peningkatan permintaan produk ayam sentul dari tahun ke tahun yang menunjukkan bahwa: (1) masih tingginya preferensi masyarakat terhadap produk ayam sentul karena rasa daging yang khas, (2) terdapat kecenderungan beralihnya pangsa konsumen tertentu dari produk daging berlemak ke produk daging yang lebih organik, dan (3) adanya pangsa pasar ayam lokal tersendiri yang tercermin dari semakin banyaknya restoran.

Hasil penelitian Ade (2014) Kandungan kolestrol daging pada berbagai jenis ayam sentul jantan yaitu sebesar 164,80% sekitar 03,91 mg/100gr di dibandingkan dengan ayam broiler untuk kandungan kolestrol daging ayam broiler mencapai 200 mg/100gr yang artinya ayam sentul lebih sehat dibandingkan dengan ayam broiler. Permintaan tersebut meningkat yang menunjukkan bahwa masyarakat lebih tertarik ayam sentul karena kandungan gizi nya lebih baik dibandingkan ayam

lainnya (Eko dkk, 2013). Pemasaran memegang peranan penting untuk memperlancar proses pemasaran dari pihak produsen sampai ke pihak konsumen.

Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain (Kotler dan Armstrong, 1990). Pemasaran Ayam Sentul di Kelompok Tani Gemah Ripah melibatkan beberapa lembaga tataniaga sebelum akhirnya sampai kepada konsumen akhir. Peluang pasar ayam sentul sangat banyak, namun untuk menghubungkan antara peternak dengan konsumen akhir sangat penting suatu peran dan fungsi lembaga tataniaga dalam pemasaran.

Peran lembaga tataniaga dalam pemasaran adalah seberapa besar peran lembaga dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Fungsi tataniaga melakukan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara maksimal, apabila peran tataniaga pemasaran berperan sebagaimana mestinya, pemasaran dapat meningkatkan nilai ekonomi dan nilai tambah hasil produksi (Limbong, 1987). Pendekatan fungsional (*the functional approach*) bermanfaat dalam mempertimbangkan bagaimana pekerjaan harus dilakukan, menganalisis biaya-biaya pemasaran dan memahami perbedaan biaya antar lembaga dan peran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran.

Dalam mendistribusikan produk dari produsen ke konsumen dilaksanakan berbagai peran lembaga pemasaran seperti fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas, dari ketiga peran diatas semuanya berguna bagi peningkatan kegunaan barang yaitu kegunaan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan kepemilikan. Sistem pemasaran ayam sentul berkaitan dengan peran lembaga pemasaran dalam menyampaikan Ayam Sentul dari tangan produsen ke tangan konsumen. Oleh karena itu, hal ini memiliki keterkaitan pada perbedaan lokasi dan kegiatan lembaga pemasaran yang mengakibatkan penyebaran harga dan keuntungan antar lembaga pemasaran menjadi tidak merata.

Adanya lembaga pemasaran akan menyebabkan harga ayam sentul berubah setelah sampai di konsumen, di mana yang menjadi penyebab hal tersebut adalah setiap lembaga pemasaran berusaha melakukan fungsi pemasaran yang

menambah nilai guna (utilitas) dari ayam sentul tersebut sehingga memperbesar biaya pemasaran. Besarnya biaya pemasaran biasanya dibebankan kepada pihak produsen dan konsumen dengan cara meningkatkan harga konsumen atau menekan harga produsen.

Peternak ayam sentul yang mayoritas melakukan kegiatan usahanya belum berorientasikan bisnis, memerlukan pengetahuan tentang suatu peran lembaga tataniaga pemasaran yang baik supaya mendapatkan informasi harga pasar dan kebutuhan akan produk-produk unggulan, sehingga peternak termotivasi untuk menghasilkan ayam sentul yang berkualitas serta dapat meningkatkan pendapatan petani. Melalui pemasaran yang baik suatu produk pertanian yang dihasilkan akan memberikan manfaat dan keuntungan yang merata pada semua pihak yang terlibat dalam penyaluran ayam sentul ke tangan konsumen. Saluran pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan atas harga jual produsen, pemasok dan pihak-pihak lainnya, margin mempunyai keuntungan dan biaya yang perlu diidentifikasi, karena konsumen pada akhirnya membayar semua margin keuntungan dan biaya pada seluruh saluran pemasaran. Lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran terdiri petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan pedagang besar.

Menurut Kohls dan Uhl (2002), banyaknya lembaga tata niaga yang terlibat akan mempengaruhi panjang pendeknya saluran pemasaran dan besarnya biaya pemasaran. Besarnya biaya pemasaran akan mengarah pada semakin besarnya perbedaan harga antara petani dengan konsumen maupun pada tingkat keuntungan yang akan diperoleh serta persentase bagian harga yang diperoleh oleh petani (*Farmer's share*). Analisis pemasaran dapat dilihat dari margin pemasaran dan harga terima peternak. Margin pemasaran dan harga terima peternak mempunyai hubungan yang negatif, dimana jika margin pemasaran tinggi maka bagian yang diterima oleh produsen menjadi semakin kecil. Sebaliknya, jika margin pemasaran rendah maka bagian yang diterima produsen menjadi semakin besar.

Berdasarkan hal tersebut yang mendorong penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai peran dan fungsi lembaga tataniaga dalam pemasaran ayam sentul. Penelitian ini dibatasi untuk mengidentifikasi dan

mengkaji seluruh saluran tataniaga Ayam Sentul Di Kelompok Tani Gemah Ripah Desa Sukajadi Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis. Pada beberapa saluran, alur penelitian ini berhenti pada pihak pengolah atau pabrikan yang kemudian disetarakan posisinya dengan (tidak berarti merupakan) konsumen akhir. Penelitian ini juga tidak melakukan identifikasi lebih lanjut mengenai karakteristik konsumen akhir.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang diteliti sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pola dan saluran pemasaran Ayam Sentul di Kelompok Tani Gemah Ripah?
- 2) Bagaimana Peran dan Fungsi lembaga tataniaga dalam saluran pemasaran Ayam Sentul di Kelompok Tani Gemah Ripah?
- 3) Berapa besarnya marjin pemasaran Ayam Sentul di Kelompok Tani Gemah Ripah?
- 4) Berapa besarnya bagian harga yang diterima oleh peternak (*Farmer's share*), bagian biaya dan keuntungan pemasaran yang diperoleh di Kelompok Tani Gemah Ripah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk :

- 1) Mendeskripsikan pola dan saluran pemasaran Ayam Sentul di Kelompok Tani Gemah Ripah.
- 2) Mendeskripsikan peran dan fungsi lembaga tataniaga dalam saluran pemasaran Ayam Sentul di Kelompok Tani Gemah Ripah.
- 3) Menganalisis besarnya marjin pemasaran Ayam Sentul di Kelompok Tani Gemah Ripah.
- 4) Menganalisis besarnya bagian harga yang diterima oleh peternak (*Farmer's share*), bagian biaya dan keuntungan pemasaran yang diperoleh di Kelompok Tani Gemah Ripah.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Peneliti, sebagai bahan informasi yang memberikan gambaran mengenai Peran Dan Fungsi Lembaga Tataniaga dalam Saluran Pemasaran Ayam Sentul.
- 2) Lembaga, sebagai bahan informasi dan masukan untuk menunjang aktivitas dalam melaksanakan perannya.
- 3) Pemerintah, sebagai masukan bagi lembaga lainnya dalam membuat kebijakan khususnya dalam Peran dan Fungsi Lembaga Tataniaga dalam Pemasaran Ayam Sentul.